

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	12
C. Kegunaan Penelitian	13

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual	15
B. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	51
C. Kerangka Pemikiran	70
D. Hipotesis	73

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian	74
B. Waktu dan Tempat	74
C. Metode Penelitian	74

D.	Populasi dan Sampel	76
E.	Teknik Pengumpulan Data dan Operasional variabel penelitian	77
F.	Metode Analisis	80

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskriptif Data	86
B.	Hasil Pengujian dan Pembahasan	96
C.	Implikasi Manajerial	117

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A.	Kesimpulan	119
B.	Saran	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel I.1	Perbandingan Beberapa merek pembalut wanita	7
Tabel I.2	Data Market Share Pembalut Wanita Periode 2013-2014	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	66
Tabel II.2	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu	69
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	79
Tabel IV.1	Karakteristik Berdasarkan Usia	86
Tabel IV.2	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	88
Tabel IV.3	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	91
Tabel IV.4	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2)	93
Tabel IV.5	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X3)	95
Tabel IV.6	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	97
Tabel IV.7	Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	97
Tabel IV.8	Uji Validitas Persepsi Harga (X2).....	98
Tabel IV.9	Uji Validitas Citra Merek (X3)	98
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	99

Tabel IV.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	99
Tabel IV.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	100
Tabel IV.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	100
Tabel IV.14	Uji Normalitas.....	101
Tabel IV.15	Uji Linearitas X1 Terhadap Y.....	102
Tabel IV.16	Uji Linearitas X2 Terhadap Y.....	102
Tabel IV.17	Uji Linearitas X3 Terhadap Y.....	102
Tabel IV.18	Uji Multikolinearitas	103
Tabel IV.19	Uji Heteroskedastisitas	104
Tabel IV.20	Hasil Uji t Var Kualitas Prduk trhadap Keputusan Pembelian...	105
Tabel IV.21	Hasil Uji t Var Persepsi Harga trhadap Keputusan Pembelian ..	105
Tabel IV.22	Hasil Uji t Var Citra Merek trhadap Keputusan Pembelian	106
Tabel IV.23	Hasil Uji Variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian	107
Tabel IV.24	Hasil Uji F Variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra merek secara simultan terhadap Keputusan Pembelian	110
Tabel IV.25	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 1.....	111
Tabel IV.26	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 2	112
Tabel IV.27	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 3	113
Tabel IV.28	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Hipotesis 4	113
	dan Citra Merek secara simultan terhadap Keputusan	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
	II.1 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	16
	II.2 Kerangka Pemikiran	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	DATA PENELITIAN VARIABEL (Y) KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAMPIRAN 3	DATA PENELITIAN VARIABEL (X1) KUALITAS PRODUK
LAMPIRAN 4	DATA PENELITIAN VARIABEL (X2) PERSEPSI HARGA
LAMPIRAN 5	DATA PENELITIAN VARIABEL (X3) CITRA MEREK
LAMPIRAN 6	TABULASI DATA PENELITIAN
LAMPIRAN 7	VALIDITAS VARIABEL (Y) KEPUTUSAN PEMBELIAN
LAMPIRAN 8	VALIDITAS VARIABEL(X1) KUALITAS PRODUK
LAMPIRAN 9	VALIDITAS VARIABEL (X2) PERSEPSI HARGA
LAMPIRAN 10	VALIDITAS VARIABEL (X3) CITRA MEREK